

## **ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА ПЛАНИРОВАНИЯ БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Актуальность данной темы исследования обусловлена тем, что задачами Беларуси на современном этапе являются развитие экспорта, привлечение иностранных инвестиций, развитие бизнеса в регионах, а франчайзинг представляет собой эффективный способ для решения всех этих задач. Термин «франчайзинг» впервые был упомянут в 1998 г. в Гражданском кодексе Республики Беларусь, однако на практике правовая основа для развития франчайзинга в Беларуси была создана только в 2004 г.

Первый договор франчайзинга был зарегистрирован в 2006 г., а первым франчайзером стало общество с ограниченной ответственностью (ООО) «НТС» – крупнейший белорусский ритейлер, развивающий сеть универсамов «Родная сторона», но началом формирования белорусского рынка франчайзинга эксперты считают 2011 г., когда в стране появилась Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг», которая ставит своей целью популяризацию и распространение отношений франчайзинга, формирование стандартов франчайзинга и контроль их соблюдения, защиту прав и интересов игроков субъектов франчайзинговых отношений в Беларуси [1].

Причинами низкого уровня развития франчайзинга в Беларуси являются следующие:

- Регулирование франчайзинга множеством нормативных правовых актов и отсутствие отдельного закона о франчайзинге [2, с. 26–27].

- Значительные финансовые и временные издержки на оформление франчайзинговых отношений, связанные с необходимостью регистрации договора в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь и уплаты пошлины.

- Низкая осведомленность предпринимателей о механизме франчайзинга, недостаток информационной поддержки и обучающих программ по вопросам франчайзинга.

- Недоступность кредитных ресурсов для франчайзинга.

- Особенности белорусского менталитета: в Беларуси предпочтение отдается товарам, имеющим материальное выражение, а франчайзинг представляет собой передачу и оплату «неосязаемой» интеллектуальной собственности. Особенностью франчайзинга в Беларуси является то, что большинство франшиз реализуется в области розничной торговли, а не в общественном питании, как в других странах [3].

Для развития франчайзинга в Беларуси можно предложить следующие мероприятия:

- Совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей франчайзинговые отношения для привлечения иностранных брендов на белорусский рынок.

- Предоставление целевых кредитов на приобретение франшиз малым бизнесом.

- Развитие системы информационной поддержки, обучающих программ по вопросам франчайзинга.

- Развитие рынка недвижимости, так как большинство франшиз в сфере общественного питания, розничной торговли, бытовых услуг требует размещения в современных торговых центрах с большим потоком потенциальных клиентов.

### **Список использованной литературы**

1. **Термины** франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.franchiser.by/about\\_franchaising/urid\\_aspekti/history/index.html](http://www.franchiser.by/about_franchaising/urid_aspekti/history/index.html). – Дата доступа : 14.04.2020.

2. **Корзун, В.** Франчайзинг: сущность, проблемы, правовое регулирование / В. Корзун // Бел. журн. междунар. права и междунар. отношений. – 2014. – № 4. – С. 25–30.

3. **Петько, П.** Франчайзинг в Беларуси: доходный бизнес по чужому «рецепту» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://delo.by/news/~shownews/franchaising-v-belarusi-dohodnyi-biznes>. – Дата доступа : 14.04.2020.